

التحليل المكاني لظاهرة التسوق السائدة لدى الأسرة العراقية

(دراسة تطبيقية في ناحية القاسم)

م. جبار عبد جبيل

م.م محمود محمد حسن

جامعة بابل /كلية التربية (صفي الدين الحلي)

المقدمة :-

تأخذ ظاهرة التسوق مكانة بارزة ضمن حركة السكان وانتقالهم والتي تدخل ضمن أدبيات حركة العمل اليومية* ، إذ يتجه السكان لغرض شراء حاجاتهم ضمن رحلة التسوق اليومية من مساكنهم إلى مكان التسوق ثم العودة بعد انتهاء عملية التسوق ، لذا كانت هذه الظاهرة موضوعاً للعديد من الدراسات والتي تناولت فعل التسوق والمرتبب بسلوك المستهلك ومستواه المعاشي تظهر أهمية هذه الدراسة في الوقت الذي تواجه فيه الأسر العراقية تحديات عديدة أهمها انخفاض القدرة الشرائية للشرائح ذات الدخل المتوسط والمنخفض بالإضافة إلى المشاكل التي تعاني منها الأسر العراقية نتيجة الإهمال الكبير الذي أصاب العديد من مفردات البطاقة التموينية بسبب عدم تطبيق برنامج تصحيح اقتصادي جيد ومدروس على مفرداتها منذ عهد النظام السابق حتى الوقت الحاضر .وبناءً عليه فقد جاءت الدراسة للتعرف على أنماط التسوق لدى الأسرة العراقية باستخدام ناحية القاسم^(ع) دراسة تطبيقية وتعد هذه الدراسة من الدراسات ذات الأبعاد الاقتصادية المؤثرة على النهج الحياتي والأسرة المشمولة بها والوقوف على المعوقات والمشاكل التي تواجه هذه الأسر .

مشكلة البحث :-

جاءت مشكلة البحث على النحو الآتي :-

- هل هناك علاقة بين مستوى الدخل لدى الأسرة ومستوى التسوق ؟
- ما هي العلاقة بين عدد أفراد الأسرة ومستويات التسوق ؟
- ما هي أوجه اختلاف أنماط التسوق بين الأسر ذات الدخل المتوسط والمنخفض والمرتفع ؟

فرضية البحث :-

من الواضح وجود علاقة قوية ما بين مستويات الدخل وعدد الأفراد وعدد مرات التسوق وأوقاتها ما بين الأسر في ناحية القاسم^(ع) والذي أفرزته الدراسة الميدانية من خلال توزيع استمارات الاستبيان على الأسر في منطقة الدراسة .

منهجية البحث :-

حاولت التعرف على أنماط التسوق السائدة لدى الأسرة في ناحية القاسم^(ع) وقد اعتمدت الدراسة على عينة بلغت (٢٥٧) وقد تم استخدام أسلوب المقابلة المباشرة شملت الدراسة أغلب المناطق السكنية واعتمد فيها المنهج الوصفي لدراسة جميع الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والسلوكية .

هدف الدراسة :-

تهدف الدراسة إلى معرفة مظاهر التسوق لدى الأسرة من خلال العلاقة ما بين مستويات الدخل إضافة إلى دراسة سلوكيات الأفراد من حيث طريقة الوصول وطريقة الشراء وأوقات التسوق وعدد مرات التسوق .

الحدود المكانية لمنطقة الدراسة :-

تقع ناحية القاسم بين خطي طول (٤٤ ° - ٣٠ ° ، ٤٤ °) شرقاً وبين دائرتي عرض (٣٠ ° ، ٣٢ ° - ١٥ °) شمالاً وبذلك تقع في الجزء الجنوبي الغربي لمدينة الحلة وهي إحدى النواحي التابعة لقضاء الهاشمية والذي يضم بدوره أربعة نواحي (القاسم ، الطليعة ، المدحتية ، الشوملي) إذ تحدها من الشمال مدينة الهاشمية ومن الجنوب ناحية الطليعة ومن الشرق ناحية الشوملي والكفل من الغرب . انظر خارطة رقم (١) . تبلغ مساحة الناحية ضمن التصميم الأساسي لها حوالي (٨ كم^٢) ويبلغ عدد سكان الناحية حسب تقديرات عام ٢٠٠٩ (١٤١٣١٢) نسمة .

* تمثل الحركة اليومية بحركة الطلبة وحركة العمال نحو عملهم وحركة السكان المهاجرين الخ .

خارطة رقم (١)
الحدود الإدارية لناحية القاسم



المصدر :- مديرية بلدية ناحية القاسم ، قسم المساحة ، بيانات غير منشورة ، ٢٠١١ .

١- التسوق في اللغة :-

اشتقت كلمة التسوق (Shopping) لغوياً من كلمة السوق ، فالسوق كلمة تعني المكان (Place) الذي يقع فيه السوق^(١) . كما استعملت كإشارة إلى موضع (البياعات) وهو الموضع الذي تتم فيه عملية البيع ، والسوق لغوياً يرتبط بالبيع والشراء ، (تسوق القوم) أي باعوا واشتروا^(٢) .

^١ - رائد فوزي محمد أمين ، أثر فعل التسوق في عمارة المراكز المتعددة الوظائف ، مصدر سابق ، ص ٩ .

^٢ - محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، دار الكتاب العربي ، بيروت ، ١٩٨١ ، ص ٣٢٢ .

١-١ فعل التسوق :-

يختلف مفهوم التسوق بصورة كلية عن مفهوم التبضع (Buying) حيث يمثل الأخير نتيجة تأتي من حاجة (Need) أو طلب (Demand) في ذات المشتري تقوده نحو المتجر لهدف التبضع والشراء حيث يكون الواقع أو القصد سابقاً لفعل التنفيذ^(١).

أما التسوق فهو فعالية إنسانية يمتاز بها الإنسان بدوافع غريزية تفوق دوافع الحاجة والطلب لتصل إلى دوافع ذاتية غير محددة قد تكون مبهمة حتى للمتسوق نفسه في أحيانا كثيرة^(٢).

وبناءً على ما تقدم فإن مفهوم التسوق يعني أحد أشكال الفعاليات التي تميزت بها الحياة اليومية للسكان والتي بدورها تتضمن القيام بالفعل الشرائي لغرض تلبية وسد جميع الاحتياجات التي يتطلبها الإنسان في حياته اليومية.

٢-١ الاستهلاك :-

مفهوم يعني إشباع رغبات الإنسان وحاجاته البيولوجية والطبيعية في حياته اليومية وتقسيم حاجات الإنسان إلى ثلاث مجموعات هي^(٣) :-

١- ضروريات ٢- ميسرات ٣- كماليات

وتم التركيز هنا على حاجات الإنسان الضرورية والتي من أبرزها المأكل والمشرب والمسكن والملبس والتي لا غنى للإنسان عنها ، ويعد نمط الاستهلاك وسيلة للتمييز بين الشرائح الاجتماعية المختلفة في المجتمع والتي يعبر عن طريقها بالحياة.

٢- علاقة التسوق بعلم الجغرافية :-

ترتبط هذه الدراسة بالنواحي السلوكية وبما ان الجغرافية الاقتصادية هي فرع من فروع الجغرافية فإن ذلك يملئ عليها الارتباط بالسلوك الإنساني له لذلك فإن التسوق ظاهرة ترتبط بالأفراد على أساس إن الفرد هو الذي يقوم بالإنتاج والاستهلاك معاً^(٤). وبما عن هناك علاقة بين التسوق وتخصصات أكاديمية أخرى مثل الإدارة والاقتصاد والتخطيط فإن علاقة التسوق بالجغرافية تعد أوثق ولن ينشأ ذلك من كون كلا التخصصين يدخلان ضمن العلوم الاجتماعية وحسب بل من خلال أمور عدة منها تأثير الجغرافية في تشكيل ورسم نشاطات عملية التسوق البشرية^(٥). كما ان للجغرافية دور بارز في مساندة عملية التسوق فإن للأخير بالمقابل تأثير عليها لذا فقد أصبحت مناطق التسوق (Shopping Area) ومراكز التسوق (Shopping Centre) جزءاً من المواقع في المدن وأصبحت جزءاً من مسؤولية الجغرافية في بحثها وتطويرها بالشكل الذي يخدم تلك العملية ، هذا فضلاً عن إن لكل من التخصصين (الجغرافية والتسوق) والتخصصات التي تشترك معها (الإدارة والاقتصاد والتخطيط) لها دور بارز متميز في صياغة النظريات التي تهتم بها^(٦). وبما إن الجغرافية الاقتصادية تهتم بدراسة التباين المكاني للعمليات الاقتصادية لذا فقد أخذت على عاتقها ان تهتم بدراسة الاستهلاك كعملية اقتصادية تتباين مكانياً ولها مسبباتها وترتبط بفعل التسوق^(٧).

^٣ - ولاء كاظم الدباغ ، دراسة تقييمية لبيئة فضاءات المناطق التسويقية للسابلة ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الهندسة ، جامعة بغداد ،

١٩٩٣ ، ص ٢٢ .

^٤ - رائد فوزي محمد أمين ، مصدر سابق ، ص ٩ .

^١ - محمد محمود إبراهيم الديب ، الجغرافية الاقتصادية منظور معاصر ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، ٢٠٠٦ ، ص ٩٥١ .

^٢ - المصدر نفسه ، ص ٩٥٢ .

^٣ - صبيح يوسف طاهر ، التسوق الحضري مع التركيز على ظاهرة التسوق في مدينة الموصل (سوق النبي يونس ع) دراسة خاصة ، مجلة كلية الآداب ،

جامعة الموصل ، العدد ٦٠ ، ٢٠٠٢ ، ص ٣٥١ - ٣٨٩ .

^٤ - صبيح يوسف طاهر ، مصدر سابق ، ص ٣٨٩ .

^٧ - Hahs Blommestein , Peter Nijkamp . op . cit , p. 155 – 173 .

٣- العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في التسوق وعلاقتها بالمستوى المعاشي :-

ترتبط عملية التسوق وعلاقتها بالمستوى المعاشي بجملة من العوامل التي تم توضيحها والتي شكلت المفردات الأساسية لعينة الدراسة بعض هذه العوامل ترتبط بسلوك المستهلك أو الأسرة والتي تكون ذات علاقة ضعيفة بالمستوى المعاشي للأسرة وبعضها خصائص ديمغرافية واقتصادية ذات علاقة قوية وتأثيرها مباشر على ظاهر عملية التسوق وبالتالي انعكاسها على المستوى المعاشي .

٣-١ العوامل ذات العلاقة الغير مباشرة بالمستوى المعاشي :-

والتي يمكن تلخيصها بالعوامل ذات التأثير غير المباشر على المستوى المعاشي رغم علاقتها الوثيقة بالتسوق منها .

٣-١-١ أيام وأوقات التسوق :-

تعد من العوامل المؤثرة في التسوق ، ومن خلال تحليل استمارة الاستبيان يتضح ان أغلب الأسر تفضل أيام الجمعة للتسوق إذ بلغت النسبة (٢٣.٧%) يليها يوم السبت بنسبة (٢١%) وهذا يعود بطبيعة الحال لكونها تمثل أيام عطل وبالتالي تفضلها الأسر للتسوق . أما بالنسبة لأوقات التسوق فيتضح ان أغلب الأسر تفضل التسوق صباحاً إذ بلغت نسبتها (٤٨.٦%) تليها أوقات التسوق مساءً ، أو الاثنين معاً وكما موضح في الجدول رقم (١) :-

جدول رقم (١)

يمثل أيام وأوقات التسوق لدى الأسرة في منطقة الدراسة

اليوم	التكرارات	النسبة %	أوقات التسوق	التكرارات	النسبة %
السبت	٥٣	٢١	صباحاً	١٢٥	٤٨.٦
الأحد	٢٢	٨.٥			
الاثنين	٢٢	٨.٥	مساءً	٧٣	٢٨.٤
الثلاثاء	٢٣	٨.٨			
الأربعاء	٣٤	١٣.٢	الاثنين معاً	٥٩	٢٣
الخميس	٤٢	١٦.٣			
الجمعة	٦١	٢٣.٧			
المجموع	٢٥٧	%١٠٠		٢٥٧	%١٠٠

المصدر :- من عمل الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .

٣-١-٢ وسائل النقل :-

يرتبط هذا العامل بمدى امتلاك المستهلك للسيارة ، فإذا كان المستهلك يمتلك سيارة فإن مسافة رحلة التسوق تقل أهميتها بالنسبة له كما بالنسبة للمستهلك الذي يقطع المسافة سيراً على الأقدام وذلك لأن المسافة تقاس بالجهد المبذول والزمن المستغرق للوصول ، لذا فإن المستهلكين الذين يملكون سيارات تتاح فرصة لهم أوسع للتسوق من عدة محال على عكس المتسوق الذي يسير على الأقدام ، لذا تعد واسطة النقل من العوامل المؤثرة على عملية التسوق ، إذ تختلف حركة السكان باتجاه السوق والزمن المستغرق للوصول ، ومن خلال معطيات الجدول رقم (٢) يتضح لنا ان أغلب سكان ناحية القاسم ينتقلون إلى السوق من خلال السير على الأقدام إذ بلغت نسبتهم (٥١.٧%) يليها استخدام السيارة إذ بلغت نسبتها (٣٠.٤%) أما الانتقال بالدراجة فكانت أقل النسب إذ بلغت (١٧.٩%) وهذا بالتأكيد يعود إلى قرب السوق من مناطق سكنهم من جهة والزمن المستغرق للوصول من جهة أخرى .

جدول رقم (٢)

وسائل النقل المستخدمة للتسوق في منطقة الدراسة

وسائل النقل	التكرارات	النسبة المئوية
السيارة	٧٨	٣٠.٤
الدراجة النارية	٤٦	١٧.٩
سيراً على الأقدام	١٣٣	٥١.٧
المجموع	٢٥٧	%١٠٠

المصدر :- من عمل الباحث إعتماًداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .
ومن خلال الجدول رقم (٣) نرى إن اغلب أماكن التسوق يمكن الوصول إليها بوقت يتراوح بين (٥ - ٢٠) دقيقة تليها الأماكن التي يستغرق زمن الوصول إليها بين (٢١ - ٤٠) دقيقة .
نستنتج مما تقدم إن هناك علاقة ضعيفة ما بين وسائل النقل والزمن المستغرق وعلاقتها بالمستوى المعاشي للأسر وهذا ما أفرزته نتائج الدراسة الميدانية في منطقة الدراسة .

جدول رقم (٣)

الزمن المستغرق للوصول للتسوق في منطقة الدراسة

النسبة المئوية	التكرارات	الزمن المستغرق
٤٤.٤	١١٤	٢٠ - ٥
٣١.٥	٨١	٤٠ - ٢١
٢٤.١	٦٢	٤١ - فأكثر
%١٠٠	٢٥٧	المجموع

المصدر :- من عمل الباحث إعتماًداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .
٣-١-٣ الفئات العمرية للمتسوقين والمستوى التعليمي :-
تعد من العوامل المرتبطة بسلوك المستهلك لكون العمر من العوامل المحفزة لدى الشخص في اختيار السلعة الجيدة ، فالشخص الصغير السن معلوماته عن فرص التسوق البديلة في منطقتة أو المناطق المجاورة أقل مما هي عليه بالنسبة لمتوسطي العمر ومن خلال ملاحظة الجدول رقم (٤) يتبين لنا إن أغلب المتسوقين هم من فئة (٤٠ - ٤٩) حيث انها النسبة الأغلب تليها الفئة العمرية بين (٣٠ - ٣٩) سنة ثم الفئات الأخرى .

جدول رقم (٤)

الزمن المستغرق للوصول للتسوق في منطقة الدراسة

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات العمرية
١٣.٦	٣٥	٢٩ - ٢٠
٢٠.٢	٥٢	٣٩ - ٣٠
٢٦.١	٦٧	٤٩ - ٤٠
٢١.٤	٥٥	٥٩ - ٥٠
١٨.٧	٤٨	٦٠ - فأكثر
%١٠٠	٢٥٧	المجموع

المصدر :- من عمل الباحث إعتماًداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .
أما بالنسبة للمستوى التعليمي فيتضح إن أكثر نسبة هم من حملة الشهادة الابتدائية إذ بلغت نسبتهم (٣٣.٩) ثم تليها المتوسطة وحملت الشهادة الجامعية او المعهد ثم الذين لا يحملون أي شهادة (الأميين) وكما موضح في الجدول رقم (٥) :-

جدول رقم (٥)

المستوى التعليمي للمتسوقين في منطقة الدراسة

النسبة المئوية	التكرارات	الشهادة
٣٣.٩	٨٧	الابتدائية
٢٠.٢	٥٢	المتوسطة
١٧.٥	٤٥	الجامعية أو المعهد
٢٨.٤	٧٣	لا يقرأ ولا يكتب (أمي)
%١٠٠	٢٥٧	المجموع

المصدر :- من عمل الباحث إعتماًداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .
مما تقدم يتضح لنا عدم وجود علاقة قوية ما بين الفئات العمرية والمستوى المعاشي للأسر وهذا ما أفرزته معطيات الجدول أعلاه .

٢-٣ العوامل ذات العلاقة المباشرة بالمستوى المعاشي للأسرة :-

وتعد من العوامل المهمة والتي لها علاقة بالمستوى المعاشي ويمكن تلخيص هذه العوامل بما يأتي :-

١-٢-٣ التوزيع المكاني لعدد أفراد الأسرة :-

تعد الأسرة وحدة اجتماعية من حيث الإنفاق كما انه لا يمكن فصل إنفاق الفرد عن الأسرة إذ ان للأسرة الدور المباشر والحيوي في استهلاك منتجات السوق ومن ملاحظة الجدول رقم (٦) يتبين ان الأسر التي يتجاوز عدد أفرادها الـ(٧) فرد قد بلغت نسبتهم (٤٢%) وهي نسبة عالية وهذا يدل على ان أكثر الأسر في منطقة الدراسة يتجاوز عدد أفرادها الـ(٧) أفراد وهذا مما يعطي مؤشراً واضحاً بأن الأسر تحتاج إلى التسوق باستمرار لسد قوت العائلة من المأكل والملبس والمشرب تليها الأسر التي يتراوح عدد أفرادها ما بين (٥ - ٦) فرد إذ بلغت نسبتهم (٢٤.٢%) تليها بقية أفراد الأسر وكما موضحة في الجدول الآتي :-

جدول رقم (٦)

أعداد أفراد الأسر في منطقة الدراسة

عدد أفراد الأسر	التكرارات	النسبة المئوية
الزوج والزوجة فقط	٣٣	١٢.٨
٣ - ٤ فرد	٥٤	٢١
٥ - ٦ فرد	٦٢	٢٤.٢
٧ - فأكثر	١٠٨	٤٢
المجموع	٢٥٧	١٠٠%

المصدر :- من عمل الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .

من خلال ما تقدم يتضح لنا ان هناك علاقة ما بين عدد أفراد الأسرة والتسوق من جهة والمستوى المعاشي من جهة أخرى وهذه العلاقة ناجمة عن حجم الأسرة وعدد أفرادها الذي يؤثر بشكل مباشر على الطلب الكبير والواسع للسلع التي يتكرر الطلب عليها باستمرار مثل المواد الغذائية وغيرها من الحاجات الضرورية الأخرى ، لذا يتبين لنا بأن الأسرة الكبيرة بأفرادها وذات دخل منخفض فهذا يؤثر بشكل كبير على تدني مستواها المعاشي لذا يجب ان تكون هناك تقارب في مستويات الدخل وعدد أفراد الأسرة حتى تتمكن من سد جميع احتياجاتها اليومية وهذا الأمر يعود بالتأكيد إلى سياسة الدولة وكيفية تيسير رعيها .

٢-٢-٣ التباين المكاني لمستوى الدخل ومقدار الإنفاق على السلع :-

تعد من أبرز المؤثرات ذات الأثر المباشر في المستوى المعاشي وعلاقتها بالتسوق ، فمن خلال ملاحظة مستويات الدخل يتضح ان أغلب الأسر تتميز بدخل شهري متدني والتي شكلت ما نسبته (٥٢.٥%) من الأسر في منطقة الدراسة تليها الأسر المتوسطة الدخل بنسبة (٢٨%) ثم الأسر ذات الدخل المرتفع إذ وصلت نسبتها (١٩.٥%) وكما موضح في الجدول رقم (٧) :-

جدول رقم (٧)

مستويات الدخل للأسر في منطقة الدراسة

مستويات الدخل (ألف دينار)	التكرارات	النسبة المئوية
٢٥٠ - ٥٠٠	١٣٥	٥٢.٥
٥٠٠ - ٧٥٠	٧٢	٢٨
٧٥٠ - فأكثر	٥٠	١٩.٥
المجموع	٢٥٧	١٠٠%

المصدر :- من عمل الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .

أما بالنسبة لمقدار الإنفاق على السلع فهو الآخر يرتبط بالدخل الشهري للأسر ومن خلال معطيات الجدول رقم (٨) يتضح لنا ان أغلب الأسر تنفق ما يقارب (٢٥ - ٦٩) ألف دينار أسبوعياً وبلغت نسبتهم (٥٨%) تليها الأسر التي يصل مستوى الإنفاق ما بين (٧٠ - ٩٠) ألف دينار أسبوعياً ويشكلون ما نسبته (٢٥%) بينما تشغل الأسر التي يصل إنفاقها ما بين (١٠٠ - فأكثر) بنسبة (١٧%) .

جدول رقم (٨)

الإنفاق الأسبوعي لدى الأسر على السلع في منطقة الدراسة

النسبة المئوية	التكرارات	الإنفاق على السلع (بالآلف)
٥٨	١٤٩	٦٩ – ٥٢
٢٥	٦٤	٩٩ – ٧٠
١٧	٤٤	١٠٠ – فأكثر
%١٠٠	٢٥٧	المجموع

المصدر :- من عمل الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .

من خلال ما تقدم توجد علاقة ما بين مستوى الدخل والإنفاق الأسبوعي على السلع وعلاقتها بمستويات التسوق والمستوى المعاشي ، من الواضح وجود علاقة قوية وطردية فكلما ازداد مستوى الدخل فهذا بطبيعة الحال ينعكس على الإنفاق الأسبوعي على السلع ، بينما يحدث العكس في حالة انخفاض مستويات الدخل لدى الأسرة وهذا يوضح مدى انخفاض المستوى المعاشي نتيجة انخفاض الدخل في أغلب الأسر في منطقة الدراسة .

٣-٢-٣ عدد مرات التسوق أسبوعياً :-

نظراً لانخفاض الدخل عند أغلب الأسر في منطقة الدراسة فهذا بطبيعة الحال ينعكس على عدد مرات التسوق خلال الأسبوع للأسرة فالأسر ذات الدخل المنخفض تنخفض عدد مرات التسوق الأسبوعي لديها بينما ترتفع عند الأسر ذات الدخل المتوسط والمرتفع وهذا يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (٩) . حيث يتضح إن أغلب الأسر تنترد على الأسواق ما بين (١ – ٢) مرة أسبوعياً إذ بلغت نسبتهم (٤٨.٢%) تليها الأسر التي تنترد على الأسواق ما بين (٣ – ٤) مرات أسبوعياً بنسبة (٢٩.٦%) أما الأسر التي تزداد مرات تسوقها عن (٥) مرات أسبوعياً فجاءت بنسبة (٢٢.٢%) وهذا بطبيعة الحال ينحصر عند الأسر ذات الدخل المتوسط والمرتفع وهذا بطبيعة الحال يوضح بوجود علاقة ما بين عدد مرات التسوق والمستوى المعاشي لدى الأسرة وهي أشبه ما تكون علاقة طردية .

جدول رقم (٩)

عدد مرات التسوق أسبوعياً للأسرة في منطقة الدراسة

النسبة المئوية	التكرارات	عدد مرات التسوق
٤٨.٢	١٢٤	١ – ٢ مرة
٢٩.٦	٧٦	٣ – ٤ مرة
٢٢.٢	٥٧	٥ – فأكثر
%١٠٠	٢٥٧	المجموع

المصدر :- من عمل الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .

٣-٢-٤ التباين المكاني لمستويات التسوق من السلع الأساسية (اللحوم ، الدجاج ، الفواكه والخبز) :-

تعد هذه السلع من السلع الضرورية باعتبارها من المتطلبات الملحة لدى الأسرة ونظراً لارتفاع أسعارها مقارنةً بنظيراتها من السلع وخاصة اللحوم والدجاج فيلاحظ انخفاض الطلب عليها بالنسبة للأسر ذات الدخل المنخفض بينما ترتفع نسبياً عند أصحاب الدخل المتوسط والمرتفع ومن خلال ملاحظة الجدول رقم (١٠) يتضح ان عدد مرات التسوق من اللحوم سجلت تباين من ناحية شرائها حيث ان أغلب الأسر تتسوق اللحوم مرة واحدة أسبوعياً وقد شكلت ما نسبته (٥٣%) تليها الأسر التي تتسوق مرتين وسجلت ما نسبته (٣٠.٣%) أما الأسر التي تتسوق اللحوم لأكثر من ثلاث مرات فقد شكلت ما نسبته (١٦.٧%) وهذا يعود إلى ارتفاع مستويات الدخل لدى هذه الأسر ، أما بالنسبة للأسر التي تتسوق الدجاج لمرة واحدة خلال الأسبوع فقد بلغت نسبتها (٤٦%) تليها الأسر التي تتسوق مرتين فقط بنسبة (٨٦%) . بينما تقاربت النسب للأسر التي تتسوق الفواكه ما بين مرة إلى مرتين حيث سجلت نسب (٣٩.٣ ، ٣٨.١%) على التوالي بينما سجلت الأسر التي تتسوق ثلاث مرات أو أكثر ما نسبته (٢٢.٦%) . أما بالنسبة للخبز فقد سجلت الأسر التي تتسوق الخبز لمرتين (٣٦.٦%) تليها الأسر التي تتسوق لمرة واحدة بنسبة (٣٣.٤%) ثم التي تتسوق لأكثر من ثلاث مرات فبلغت (٣٠%) . مما تقدم يتضح لنا إن هناك علاقة ما بين الطلب على السلع ومستويات المعيشة ومن الواضح وجود علاقة خاصة كون هذه السلع تشكل السلع الأساسية لذا يلاحظ انخفاضها بشكل واضح عند الأسر ذات الدخل المنخفض والمتوسط بينما سجلت نسبة مرتفعة عند الأسر ذات الدخل المرتفع وهذا يعود إلى طبيعة القدرة

الشرائية لدى هذه الأسر .

جدول رقم (١٠)

عدد مرات التسوق من السلع الأساسية في منطقة الدراسة

النسبة	التكرارات	عدد مرات التسوق (الخبز)	النسبة المئوية	التكرارات	عدد مرات التسوق (الفواكه)	النسبة المئوية	التكرارات	عدد مرات التسوق (الدجاج)	النسبة المئوية	التكرارات	عدد مرات التسوق	النسبة المئوية
٣٣.٤	٨٦	مرة واحدة	٣٩.٣	١٠١	مرة واحدة	٤٦	١١٨	مرة واحدة	٥٣	١٣٦	مرة واحدة	٣٣.٤
٣٦.٦	٩٤	مرتين	٣٨.١	٩٨	مرتين	٣٣.٤	٨٦	مرتين	٣٠.٣	٧٨	مرتين	٣٦.٦
٣٠	٧٧	ثلاث مرات فأكثر	٢٢.٦	٥٨	ثلاث مرات فأكثر	٢٠.٦	٥٣	ثلاث مرات فأكثر	١٦.٧	٤٣	ثلاث مرات فأكثر	٣٠
%١٠٠	٢٥٧	المجموع	%١٠٠	٢٥٧	المجموع	%١٠٠	٢٥٧	المجموع	%١٠٠	٢٥٧	المجموع	%١٠٠

المصدر :- من عمل الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .

٣-٢-٥ التوزيع المكاني لأعداد العاملين في الأسرة :-

لقد تبينت أعداد العاملين ما بين الأسر في منطقة الدراسة إذ يلاحظ ان أغلب الأسر تعتمد على شخص واحد في العمل حيث بلغت نسبة الأسر (٤٠%) تليها التي تضم شخصين (٢٨.٢%) تليها الأسر التي لا يوجد لديها أي شخص عامل وبلغت نسبتهم (١٩%) أما الأسر التي لديها أكثر من شخص فبلغت نسبتها (١٥.٢%) وهذا يوضح بالتالي ما بين عدد العاملين ومستوى التسوق من جهة وانخفاض المستوى المعاشي من جهة أخرى ويعزى سبب ذلك إلى انخفاض الدخل إذ يلاحظ إن أغلب الأسر ذات الدخل المنخفض تتمثل بالأسر التي لا تضم أي شخص عامل من بين أفراد الأسرة أو تضم شخص واحد ومن مجموع النسبتين يتضح انها تشكل (٥٩%) وكما موضح في الجدول رقم (١١) وهذا يؤكد وجود علاقة طردية حيث كلما ازداد عدد أفراد المشتغلين في الأسرة فهذا يؤدي إلى ارتفاع الدخل وتحسين المستوى المعاشي لها .

جدول رقم (١١)

عدد الأفراد العاملين للأسرة في منطقة الدراسة

عدد الأفراد العاملين في الأسرة	التكرارات	النسبة المئوية
شخص واحد	٩٥	٤٠
شخصين	٧٤	٢٨.٢
ثلاث أشخاص فأكثر	٣٩	١٥.٢
لا يوجد	٤٩	١٩
المجموع	٢٥٧	%١٠٠

المصدر :- من عمل الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .

٣-٢-٦ التباين المكاني للحالة المهنية لأفراد الأسرة :-

تعد من العوامل المهمة لكون مهنة الشخص تعكس في كثير من الأحيان المستوى المعاشي للأسرة ومن خلال ملاحظة معطيات الجدول رقم (١٢) يتضح لنا ان أغلب الأسر اتصفت بكون الشخص المسؤول عنها لا يمتلك أي مهنة (كاسب) إذ بلغت نسبتهم (٥٠.٦%) تليها الأسر التي يكون المسؤول عن الأسرة يمتلك وظيفة حيث بلغت (٢٦.٥%) بينما بلغت الأسر التي لديها شخص في سن التقاعد (٢٢.٩%) وهذا يعود إلى المستوى المتدني للدخل لأغلب الأسر وهذا ينعكس بطبيعة الحال على مقدار الأسرة وإنفاقها على التسوق وبالتالي له علاقة مباشرة بالمستوى المعاشي للأسرة وتدنيه ، وهذا ما أوضحه الجدول الآتي .

جدول رقم (١٢)

الحالة المهنية لأفراد الأسرة في منطقة الدراسة

الحالة المهنية	التكرارات	النسبة المئوية
موظف	٦٨	٢٦.٥
متقاعد	٥٩	٢٢.٩
صاحب مهنة (كاسب)	١٣٠	٥٠.٦
المجموع	٢٥٧	%١٠٠

المصدر :- من عمل الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية ٢٠١١ .
الاستنتاجات

- من خلال دراسة وتحليل بيانات استمارة الاستبيان اتضحت عدة نتائج أغلبها ذات علاقة مباشرة بمستويات المعيشة لدى الأسرة في منطقة الدراسة وكما مبين في أدناه:-
- ١- وجود تباين واضح لأيام وأوقات التسوق إذ أوضحت النتائج إن أغلب الأسر تفضل التسوق أيام العطل (الجمعة والسبت) وتفضل التسوق أيضاً صباحاً إذ بلغت نسبتهم (٤٨.٦%) .
 - ٢- أشارت نتائج التحليل إن أغلب الأسر تفضل الوصول إلى مراكز التسوق سيراً على الأقدام بسبب قرب مراكز التسوق منها إذ بلغت نسبتهم (٥١.٧%) .
 - ٣- إن أغلب الفئات العمرية للمتسوقين تنحصر ما بين (٤٠ – ٤٩) و (٥٠ – ٥٩) سنة .
 - ٤- وجود اختلاف له أهمية في مستويات الدخل لدى الأسرة إذ أوضحت الدراسة الميدانية إن أغلب الأسر يتراوح مستوى الدخل الشهري لها ما بين (٢٥٠ – ٥٠٠) ألف دينار وهو ما يعكس المستوى المتدني لمستويات الدخل في منطقة الدراسة .
 - ٥- إن أغلب الأسر تنخفض فيها نسبة استهلاك السلع الأساسية الضرورية (اللحوم والدجاج) وهذا يعكس انخفاض مستويات التسوق والذي هو انعكاس لانخفاض مستويات الدخل .

التوصيات

- يهدف البحث إلى تحسين مستويات المعيشة للأسر ذات الدخل المنخفض جداً لذا يوصي البحث بما يأتي :-
- ١- العمل على تصحيح اقتصادي لمفردات البطاقة التموينية خاصة إن أغلب الأسر لا تمتلك أية مهنة أو ليس لديها أفراد في سن العمل أي تعتمد بشكل مباشر على مفردات البطاقة التموينية .
 - ٢- ضرورة إجراء دراسة ميدانية هادفة لتحديد الأسر ذات الدخل المنخفض والوقوف على تحسين دخولها خاصة بالنسبة للعوائل التي لا تمتلك أي معين للعائلة .
 - ٣- العمل على بناء نظام اقتصادي سليم تسير عليه الأسر في منطقة الدراسة .

المصادر

- ١- راند فوزي محمد أمين ، أثر فعل التسوق في عمارة المراكز المتعددة الوظائف
 - ٢- صبيح يوسف طاهر ، التسوق الحضري مع التركيز على ظاهرة التسوق في مدينة الموصل (سوق النبي يونس) دراسة خاصة ، مجلة كلية الآداب ، جامعة الموصل ، العدد ٦٠ ، ٢٠٠٢ .
 - ٣- محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، دار الكتاب العربي، بيروت ، ١٩٨١ .
 - ٤- محمد محمود إبراهيم الديب ، الجغرافية الاقتصادية منظور معاصر ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، ٢٠٠٦ .
 - ٥- ولاء كاظم الدباغ ، دراسة تقييمية لبيئة فضاءات المناطق التسويقية للسابلة ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الهندسة ، جامعة بغداد ، ١٩٩٣ .
- 6- Hahs Blommestein , Peter Nijkamp . op . cit . p. 155 – 173 .